

<b>Studiengang:</b> M.Sc. Produktionstechnik und -management	
<b>Modulbezeichnung / Titel</b>	<b>Innovationsmanagement</b>
<b>Modulkennziffer</b>	InM
<b>Modulkoordination/ Modulverantwortliche/r</b>	Frau Prof. Dr. Irmhild Heinemann
<b>Dauer des Moduls/ Semester/ Angebotsturnus</b>	1 Semester/ 1. oder 2. Semester/ jährliches Angebot
<b>Leistungspunkte(LP)/ Semesterwochenstunden(SWS)</b>	5 LP/ 3.00 SWS
<b>Art des Moduls, Verwendbarkeit des Moduls</b>	Wahlpflichtmodul im studiengangsspezifischen Angebot
<b>Arbeitsaufwand (Workload)</b>	Präsenzstudium 54 h und Selbststudium 96 h (18 Semesterwochen, 1 SWS = 60 min)
<b>Teilnahmevoraussetzungen/ Vorkenntnisse</b>	
<b>Lehrsprache</b>	Regelmäßige Lehrsprache: Deutsch Weitere mögliche Lehrsprache: Englisch Bei mehr als einer möglichen Lehrsprache im Modul wird die zu erbringende Lehrsprache von dem bzw. der verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
<b>Zu erwerbende Kompetenzen/ Lernergebnisse</b>	Die Lehrveranstaltung Innovationsmanagement (InM) soll die Studierenden befähigen, proaktiv das Innovationspotential ihrer Umwelt zu erkennen und effektiv in Produkt-, Prozess-, Organisations- und Technologieinnovationen in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen umzusetzen. Die Sozial- und Selbstkompetenz wird durch Teamarbeit, Moderation von Arbeitsgruppen und Präsentationen bei InM weiterentwickelt.
<b>Inhalte des Moduls</b>	Die Lehrveranstaltung InM führt systematisch und praxisorientiert in die Grundlagen des Innovationsmanagements ein und stellt seine zentralen Erfolgsstrategien und Instrumente vor.  Die Vorlesung gliedert sich in die folgenden Schwerpunkte: -Erkennen und Bewerten von innovativen Ideen -Führen und Gestalten des Innovationsprozesses, Widerstände -Innovationsstrategien (ausgewählte, aktualisierte Beispiele), Fallstudien -Methoden der Ideenfindung, Der Kreative Prozess, Wissensmanagement -Erfolgsstrategien von innovativen Mittelständlern, Konzernen und Start-ups -Digitale Disruption; Business Model Generation, Marktorientierte Innovation -Trainings und Workshops zu technischen Beispielen des Maschinenbaus -Exkursionen zu ausgewählten Unternehmen, Beiträge externer Fachleute
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten (Studien- und Prüfungsleistungen)</b>	Seminar: Regelmäßige Prüfungsform für die Modulprüfung: Referat (PL) Weitere mögliche Prüfungsformen: Klausur, mdl. Prüfung. Laborpraktikum: Laborabschluss (SL) Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem bzw. der verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
<b>Lehr- und Lernformen/ Methoden/ Medienformen</b>	Seminaristischer Unterricht 2 LVS, Laborpraktikum 1 LVS, Beamer, Folie, Tafel, Flipchart, Videokamera, Tablet

<p><b>Literatur</b></p>	<p>Vahs, D., Brem, A., Innovationsmanagement, Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2015</p> <p>Weissmann, A., Die großen Strategien für den Mittelstand, Die erfolgreichsten Unternehmer verraten ihre Rezepte, Campus Verlag, Frankfurt am Main 2015</p> <p>Gassmann, U., Granig, P., Innovationsmanagement, 12 Erfolgsstrategien für KMU, Carl Hanser Verlag, München 2013</p> <p>Bachfischer, N., Innovationsmanagement, Sprungbrett in die Zukunft, Wie Unternehmen in einer Start-Up-Welt erfolgreich sein können; innovaMe/Lab, München 2018</p> <p>Dark Horse Innovation, Digital Innovation Playbook, Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager; Murmann Verlag, 2017</p> <p>Meyer, J.-U.; Digitale Disruption: Die nächste Stufe der Innovation, BusinessVillage GmbH, Göttingen 2017</p> <p>Lehner, F.; Wissensmanagement, Grundlagen, Methoden und technische Unterstützung, Hanser Verlag, München 2014</p> <p>Kim, W. Ch.; Mauborgne, R.; Der Blaue Ozean als Strategie, Wie man neue Märkte schafft, Carl Hanser Verlag, München 2016</p> <p>Horx, M., Huber, J., Steinle, A., Wenzel, E., Zukunft machen, Wie Sie vom Trend zu Business-Innovationen kommen, CampusVerlag, Frankfurt/Main 2009</p> <p>Gassmann, O.; Crowdsourcing, Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz, Carl Hanser Verlag, München 2013</p> <p>Osterwalder, A., Pigneur, Y., Business Model Generation, Ein Handbuch für Visionäre Spielveränderer und Herausforderer; Campus Verlag, Frankfurt am Main 2011</p> <p>Sauberschwarz, L.; Weiß, L.; Das Comeback der Konzerne, Wie große Unternehmen mit effizienten Innovationen den Kampf gegen disruptive Start-ups gewinnen; Verlag Franz Vahlen, München 2018</p>
-------------------------	---